

# 学官連携による「阿波ナビ」魅力向上プロジェクト

玉有ともこ・辻岡 卓・松本有希  
池本有里・山本耕司

Boosting the Appeal of “Awa Navi” as Part  
of an Academia-government Project

Tomoko TAMAARI, Suguru TSUJIOKA, Yuki MATSUMOTO  
Yuri IKEMOTO and Kohji YAMAMOTO

## ABSTRACT

The Project for Boosting the Appeal of Awa Navi was commenced as part of an academia-government project by Tokushima Prefecture, private enterprises and Shikoku University.

This project involved the renewal of Awa Navi, a website managed by the Tourism Planning Division of Tokushima Prefecture and the Tokushima Tourist Association, which provides tourist information. The sole objective was not “industry”, but it provided technical support to the academia-led academia-government collaboration, which was worked on with students through coursework. It was valuable as the “best practice” on how to proceed with new academia-government collaborations.

The work-flow used for producing websites was applied to execute the project and it was used by people from the different disciplines of academia and government as the compass to advance the project smoothly towards the single goal of producing a website.

The work-flow of website production was also reflected in the coursework and the students got involved in direction and design. In the year leading up to the launch of Awa Navi, they practiced everything from website production to development, including planning and design, much like an OJT (On-the-Job Training).

KEYWORDS : Awa Navi, academia-government project, website renewal production, OJT

## 1. はじめに

「阿波ナビ魅力向上プロジェクト」は、平成19年度、徳島県と四国大学により、学官連携事業として開始した。

近年様々な機会を通じて耳にする産学官連携事業は、平成7年の「科学技術基本法」制定を機に、

種々の取り組みが各方面で行われ、多くの事例や成果物を報告している。しかし、利潤を追求し、機密保持をしたい「産」と、成果を論文として発表することで意義をもつ「学」は、その目的や立場の違いから、種々の問題が顕在化している。一方、学官における連携事業は、フォーラムや講演会の開催などが一般的である。

2007年12月3日受付、2007年12月20日最終受付  
玉有ともこ 四国大学経営情報学部情報ビジネス学科  
Tomoko TAMAARI, Nonmember (Faculty of Management and Information Science, Shikoku Univ., Tokushima, 771-1192 Japan).  
辻岡 卓 四国大学経営情報学部情報ビジネス学科  
Suguru TSUJIOKA, Member (Faculty of Management and Information Science, Shikoku Univ., Tokushima, 771-1192 Japan).  
松本有希 四国大学情報処理教育センター情報化推進室  
Yuki MATSUMOTO, Nonmember (Information Promotion Room, Shikoku Univ., Tokushima, 771-1192 Japan).

池本有里 四国大学附属経営情報研究所  
Yuri IKEMOTO, Nonmember (Research Institute of Management and Information Science, Shikoku Univ., Tokushima, 771-1192 Japan).  
山本耕司 四国大学大学院経営情報学研究科  
Kohji YAMAMOTO, Member (Graduate School of Management and Information Science, Shikoku Univ., Tokushima, 771-1192 Japan).

四国大学経営情報研究所年報 No.13 pp.93-100 2007年12月

「阿波ナビ魅力向上プロジェクト」はこのよう  
な産学官連携の形式とは異なるものである。それ  
は、「官」の行うサービスに対して「民」の発想  
から「学」がこれを構成・創作する「学」主導の  
学官連携という形式をとることによる。このよう  
な学官連携事業のあり方は全国的にも特異であり、  
新しい取組方法の成功事例として価値が高いもの  
と思われる。

## 2. 概要

### 1) 「阿波ナビ魅力向上プロジェクト」とは

本プロジェクトの内容は、徳島県観光企画課と  
徳島県観光協会が運営する観光情報提供 WEB サ  
イト「阿波ナビ」のリニューアルである。

この WEB サイトの目的は、徳島県の観光事業  
の活性化にある。すなわち、WEB サイトで徳島  
の豊かな自然や、地域ではぐくまれた固有の歴史  
文化などを全国に紹介することにより、多くのイ  
ンターネットユーザーが徳島に興味を持ち、徳島  
へ観光に来てもらうことである。

### 2) 「阿波ナビ」の現状

「阿波ナビ」は、平成10年に公開された総ペー  
ジ数約3,000ページを有する充実したコンテンツ  
を誇る WEB サイトである。しかし、TOP ペー  
ジのアクセス数は、1日平均555件（平成12年3  
月10日～約6年10ヶ月）であり、他の同様のサイ  
トに比べて実に少ない。また、運用性の低いシス  
テムを使用しているため、システムのバグや更新  
面での負担などの問題も抱えている。

このような問題点の原因は、十分な現状分析が  
為されないままに、必要に応じて機能や情報を追  
加してきたことにあると考えられる。したがって、  
これらを抜本的に解決するには、システム全体を  
見直し、新たな発想で組み直す必要性があった。

### 3) 学官連携事業「阿波ナビ魅力向上プロジェク ト」の経緯

徳島県が「阿波ナビ魅力向上プロジェクト」を

学官連携事業として進めた理由は以下の通りであ  
る。

- a) 民の立場で作ったサイトであれば、ユーザー  
に阿波ナビをより身近なサイトとして感じても  
らうことができ、徳島県に対する親近感、馴染  
み易さをより強く抱いてもらえる
- b) 徳島県の厳しい財政状況のもと、「学」主導  
の学官連携事業としてプロジェクトを進めるこ  
とで、最小の経費で最大の効果が期待できる
- c) 実際に利用されているサイトのマーケティング、  
システム・デザイン制作、効果測定・検証  
等段階を踏まえた開発という、実益に沿った内  
容を大学の授業の一環として取り組むことで、  
大学と行政双方に最も効果的な手法がとれる
- d) 学生が徳島県の観光サイトに関わることで、  
県内の観光資源を学生に知ってもらい、徳島県  
の魅力を再発見してもらえ、さらに学生を通じ  
て県内観光地が紹介される効果が期待できる

このような理由から、「阿波ナビ魅力向上プロ  
ジェクト」は学官連携事業として行うことが認め  
られた。徳島県と県観光協会は、この趣旨を徳島  
市にある3つの大学に伝え、それらの中から四国  
大学を選んだ。その理由は、四国大学に当時情報  
化推進室という統一された窓口が WEB デザイン  
の教育課程を扱う学科に精通して存在し、パート  
ナーとしてプロジェクトに取り組む体制を構築す  
ることが比較的容易だったことがあげられる。

### 4) 四国大学の取り組みについて

四国大学では、本プロジェクトが非営利な情報  
提供サイトの構築であるため、進歩の早い情報産  
業界で学生をキャリアアップするための教育の場  
としては最適であると判断した。そこで、「阿波  
ナビ魅力向上プロジェクト」の目的、目標を以下  
のように立て、取り組むこととした。

- a) 実際の制作会社の現場に近い、On-the-Job  
Training（以下、OJT）的な演習の場
- b) 授業での WEB 制作の実践とナレッジの蓄積  
という継続的な環境構築

c) 観光情報サイトの構築に参加することでの地域社会への貢献

## 5) プロジェクトの目的・目標

本プロジェクトを開始するに当たり、以下を目的・目標とした。

- a) わかりやすく、使いやすい「機能する阿波ナビ」を構築し「徳島」のブランディングを図る
- b) アクセス数、パンフレット資料請求数、問い合わせ数のアップ

本プロジェクトでは、まず現状調査を実施し、そこから抽出した、WEBサイト「阿波ナビ」で現在起きている事象の内容をまとめた。そして、現状の「阿波ナビ」にはどういった問題があるのか、その問題解決のためになすべき事柄は何かを分類し、抽出した。本プロジェクトの目的・目標は、その結果から導き出したものである。

本プロジェクトの本質的な目的は、観光情報提供に最適なツールであるWEBサイトを、いかに活用して「徳島県の観光事業」を盛り上げるかにある。すなわちWEBサイト「阿波ナビ」のリニューアルは、観光事業の活性化のための手段として、最も効果的なWEBサイトを制作することである。

一般にWEBサイトは、情報提供ツールとして常に最適な状態を保つために、確認と改善を繰り返す必要がある。そのため、本プロジェクトの目的は、「ターゲットとするユーザーに観光情報をスムーズに伝えるシステムの継続的な構築」となる。また、WEBサイト「阿波ナビ」のリニューアルは、実際には「観光客数の増加」が最終目標となるが、観光客の増減がサイトの効果の結果かどうか判断し難い。そこでこのプロジェクトではWEBサイト上で測定できるものに成果目標を絞った。その背景には以下の事象と、問題点があった。

WEBサイト「阿波ナビ」で現在起きている事象は以下である。

- a) 目的・目標が部署によってブレがある

b) 具体的な目標に数値基準が無く、目標が達成されたかどうか分からない

c) 競合サイトとのポジションが曖昧であり明確な特長がない

d) ユーザーの導線を考慮していないUIになっている

e) 情報の表示の仕方に一貫性がなく、得たい情報を探しづらい

f) 旅行先として選択、決定するための情報が少ない

g) 制作者側の視点で情報が提供されている

h) WEBサイトとしてのユーザーインターフェース（以下、UI）がわかりづらい

i) ユーザーへのサポートが、WEB上で実現できていない

j) WEBサイト内で巡回できない構造になっている

k) 検索機能などにおいて、システムに不具合がある

l) サイト情報のページ追加、画像表示などが自由に出来ない

m) リアルとの連動連携ができていない

WEBサイト「阿波ナビ」で現在起きている事象を分類し、WEBサイト「阿波ナビ」の抱える問題点を抽出すると以下のようになる。

a) WEBサイトとしての明確な目的・目標がない

b) 潜在ユーザーが、得たい情報に辿り着いていない可能性がある

c) ユーザーが得たい情報を得られていない

d) ユーザーに、伝えたい情報が伝えられていない

このようなWEBサイト「阿波ナビ」の抱える問題点から、このプロジェクトでは以下の解決方法を導き出した。

1) 「ユーザーの問題を解決する」という方向性を明確にする必要がある

2) ユーザーを誘導し、もてなす仕組みを県庁内、

WEB 上ともに構築する必要がある

### 3) サイト更新, 運用の負荷を軽減する必要がある

上記を基に前述の目的目標を設定した。

### 3. 「阿波ナビ」リニューアルにおける, 学官の役割

学官連携事業では, 「体制」面の課題, 例えば責任体制の不明確さ, 規則・ルール of 形式主義, 予算執行の固定化などの問題が, しばしばプロジェクトの妨げとなる。

このプロジェクトでは, 学官事業で問題となる「体制」面の課題をクリアする為, 学官連携事業という手段にとらわれず, ひとつのプロジェクトを遂行する「パートナー」として協働し, 進めていく必要がある。その為, 学官それぞれの役割分担を明確にし, プロジェクト体制図を作成した。

このプロジェクトにおける四国大学の役割は, 以下の三点である。

- (1) 企画
  - a) 「阿波ナビ」の現状調査, 分析
  - b) リニューアルの企画
- (2) デザイン
  - a) 新規グローバルデザイン, テンプレートデザイン, 特集ページデザインの制作
- (3) 効果測定
  - a) リニューアルした WEB サイトが, 成功予測として設定した数値を達成しているかなど

の測定, また達成していない場合の提案

一方, サイトを立ち上げる段階においては問題も多く, 現実的な課題解決の手段として「産」である企業の協力を仰ぐ必要がある。その内容は以下の通りである。

- (1) 運営システムの提供
  - a) CMS<sup>1)</sup> による開発と運営サポート

そして, 徳島県の役割は, 以下の通りである。

- (1) 現状サイトの情報提供
- (2) 今後の運営
- (3) 共通意識の各署への伝達
- (4) 企画・デザインの段階的な承認
- (5) 更新システム・組織の構築

### 4. 「阿波ナビ」リニューアルのプロジェクト制作内容について

役割分担を明確にしたものの, 学官という異なる業種の人々が, WEB サイト制作というひとつの目標に向かってプロジェクトをスムーズに進めていく為には, 羅針盤となるべき WEB 制作ワークフローを基に取り組む必要がある。今回使用したワークフローは, 実際に WEB 制作会社が使用している WEB サイト制作の手法である。

WEB 制作のワークフローは, 授業にも反映され, 学生は, ディレクション業務, デザイン業務を経験し, 阿波ナビ公開までの一年間で, OJT に近い形で企画, デザインなど, WEB サイトの制作から開発までを一通り実施することになる。

#### 1) ワークフローとは

複数のメンバーが一つのプロジェクトに参加し, これを進めていく為には, 前提条件としてプロジェクトメンバー全員がプロジェクトの全体像を把握しておく必要がある。その全体像, すなわち, いつ, 誰が, 何を制作するかなどを細かく記したスケジュールがワークフローである。

ワークフローをプロジェクトメンバー (学官,

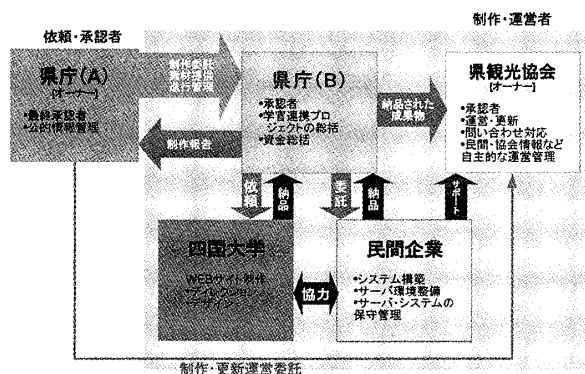


図1. プロジェクト体制図

学生)が共有することで、プロジェクト全体の流れとともに、各段階の細かい制作の流れとプロジェクトメンバーの役割を俯瞰してみることができる。また、各段階で必要な期間や人材、費用などが、どの時点でどの程度発生するのかを予測することができる。

ワークフローを採用することによる授業実施上の利点としては、ワークフローに沿って授業を行うことで、学生はWEBサイト制作の進め方を、各職、各工程ごとに習得できること、WEB制作における各職の役割を知ること、短く段階(フェーズ)を区切ることで、メリハリがつくということが挙げられる。

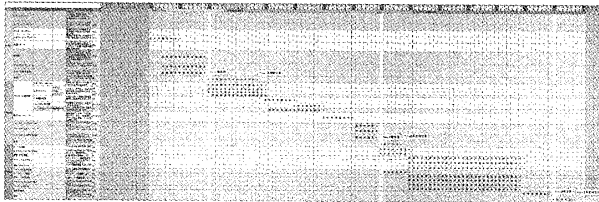


図2. ワークフロー

## 2) ワークフローを基に作成した資料

WEB制作会社で実際に使用されているワークフローを基に、制作した資料は以下の通りである。

### a) ヒアリング調査

現状の「阿波ナビ」運営に関わる人々にヒアリングを実施し、現在運営側が感じ、抱える諸問題を調査する

### b) キーワード調査

「観光情報サイト」としての適切なキーワードの選出と、そのキーワードで「阿波ナビ」が、検索サイトでの順位が何位であるのか検索順位チェックツールを使用して調査する

### c) 競合リサーチ調査

キーワード調査やヒアリングで明らかになった競合他社の調査をする

### d) ポジショニングレポート

現状の「阿波ナビ」の位置づけを、競合他社と比較する(図3参照)

### e) アクセスログ解析レポート

現状の「阿波ナビ」のアクセスログを解析し、

現状の問題点を洗い出す(図4参照)

### f) UI調査

現状の「阿波ナビ」のUIが機能しているかを調査する(図5参照)

### g) 予測レポート

調査を元に、現状の「阿波ナビ」を把握して、リニューアル後の目的や目標を予測する

### h) ターゲットレポート

「阿波ナビ」のユーザー層(ターゲット)の絞り込みを行う

### i) ユーザーシナリオ

ターゲットとなるユーザー層の行動を基に、WEBサイト上でのシナリオを構築する

### j) ガイドライン

システム、デザイン、HTML構築の基本となるガイドラインをまとめる

### k) 戦略策定書

ターゲットレポート、ガイドラインをふまえて実際の目標を設定し、具体案を作成する

### l) プロジェクト概要書

戦略策定書を実践するために、何を行うかをまとめる。

### m) フローチャート

コンテンツのグルーピング、画面遷移、ナビゲーションを表すフローチャートを作成し、サイトの基本構造、ページ数を確認する(図6参照)

### n) UIデザインプロトタイプ(ワイヤーフレーム)

ワイヤーフレームにてUIデザインのプロトタイプを作成する

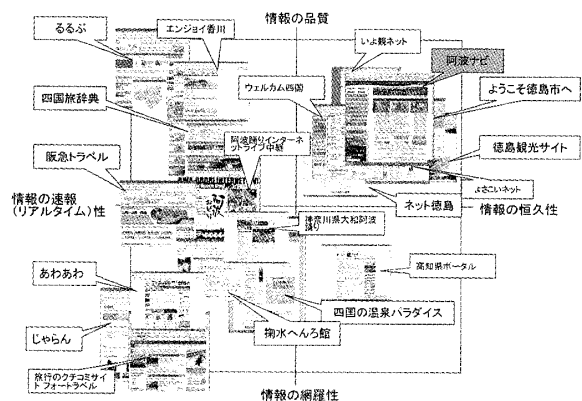


図3. ポジショニング

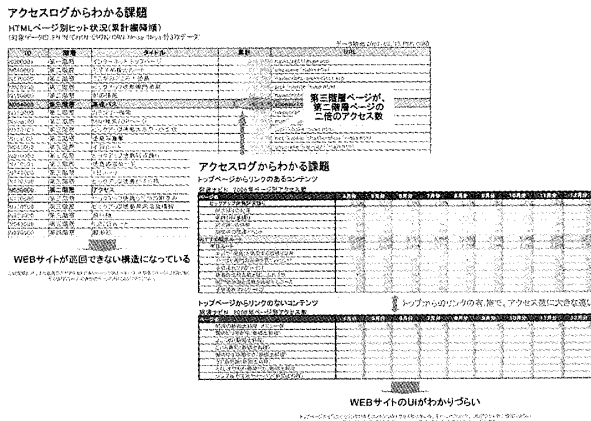


図4. アクセス解析

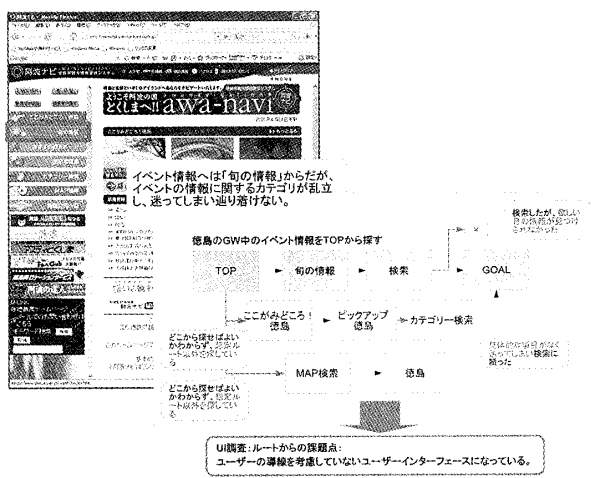


図5. UI調査

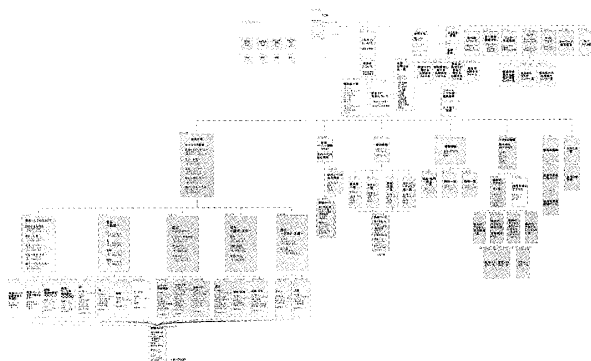


図6. フローチャート

### 3) ワークフローに沿った授業：企画

企画制作では、徳島県の観光情報を最適な形でユーザーに提供する為に、何をすべきかを検討する。

#### a) ターゲットとすべきユーザー

「阿波ナビ」は徳島県の運営する WEB サイト

であり、幅広い世代の人々をターゲットとする必要がある。そこで年齢や男女などの属性ではなく、どんな問題を抱える人がユーザーとなるかを考えた。

また、ユーザーが「何をしたい」のか、「何を知りたい」のか、という、「抱える問題」「ニーズ」「要望」に焦点をあて、WEBサイトで何をすべきか、どのユーザーのどのような問題を解決すべきかなどを検討した。

#### b) ユーザーシナリオからのニーズの洗い出し

旅行の準備から帰宅までのユーザーシナリオを作成し、ニーズを抽出した。

#### c) ユーザーニーズの分類

「ユーザーシナリオ」と観光客からの観光協会への「問い合わせ内容」をまとめ、分類したところ、シナリオの場面ごとの項目が以下の四つの時系列に分類された。

- (a) 旅行前に必要な情報を調べる
- (b) 旅行前の実質的な準備をする
- (c) 旅行中の情報の再収集と確認をする
- (d) 旅行後の情報の共有をする

時系列で分類された四つの場面で、ユーザーにとってそれぞれどのような解決すべき問題があるかを抽出した。このようにしてユーザーにとって最適な体験「ユーザー体験シナリオ」を作成すると、「阿波ナビ」に訪れるユーザーの問題が以下の四段階に分類された。

- (a) 要求が漠然としている
- (b) 概ね要求が固まっている
- (c) 要求が固まっている
- (d) 要求の再確認

また、そのユーザーの抱える問題の深刻度によって、「阿波ナビ」の提供する観光情報に期待することが異なるということがわかった。

以上のことから考えられるコンテンツ作成、発信に当たっての指針は、以下の通りである。

- (1) コンテンツ作成、発信に当たっての指針1「ユーザーが抱える問題の深刻度に合わせてコンテンツ提供が必要」

ユーザーの抱える問題、ニーズごとにインデッ

クスを分けると、その問題を解決するために必要なコンテンツがわかる。

(2) コンテンツ作成、発信に当たっての指針2  
「ユーザーの問題解決のタイミングに合わせた情報の提供」

「阿波ナビ」に求められるニーズは、ほぼユーザーの体験する旅行準備の時間軸に沿って区切られており、そのタイミングに合わせて最適な情報を提供する必要があるということがわかる。

(3) プロジェクトの方向性をより明確にするための目的

以上のことから、考えられるプロジェクトの方向性をより明確にするための目的は、以下となる。

「わかりやすく、使いやすい「機能する阿波ナビ」を構築し「徳島」のブランディングを図る」

#### 4) ワークフローを基に制作したデザイン

デザインでは、徳島の観光情報を最適な形でユーザーに的確に伝えるために、グラフィックデザインとUIデザインの開発をする。

「阿波ナビ」のグラフィックデザインコンセプトは「信頼感と安心感、徳島らしさ」であり、「徳島」を知りぬいた「県」が運営しているという裏づけが、「阿波ナビ」での「信頼できる、安心できる」徳島の観光情報力を支える柱となっている。常に観光客に対し、その「確かな徳島の観光情報」を提供し、もてなすという姿勢をWEBサイト上で表現する。

このコンセプトをデザイン上に踏襲し、トーン&マナーとして整えることで、より信頼感と安心感の持てるWEBサイトになる。

#### 5. まとめ

##### 1) 平成19年度の「阿波ナビ魅力向上プロジェクト」において得られた成果

四国大学では、「阿波ナビ魅力向上プロジェクト」に参加し、「阿波ナビ」というWEBサイト構築（観光情報サイトのリニューアル）を授業に取り入れることで、実際の制作会社の現場に近い、



図7. 学生によるラフデザイン



図8. ワイヤフレームによる情報デザインと最終デザイン

OJT的な演習の場を得ることができた。

実際のWEBサイトを一から構築するのではなく、リニューアル案件である為、WEBサイトの現状から抱えている問題を導き出し、それを改善することを目標として設定できる。また授業の内容としても、リアルな数値を元に目標を立てやすく、学生も理解しやすい内容となった。

また、この「阿波ナビ」は現状でも Google Page

ランク<sup>2)</sup>で5レベルであり、このように注目度の高いWEBサイトのリニューアルを行い、公開するということが、学生にとってモチベーションの向上につながる。同時に「徳島県が運営する観光情報サイトの構築に参加する」ということでの地域社会への貢献につながり、またこれが学生の自負心をくすぐりモチベーションへの相乗効果をもたらした。

## 2) 平成20年度の「阿波ナビ魅力向上プロジェクト」における計画

授業でのWEB制作の実践とナレッジの蓄積という継続的な環境構築のため、以下に着手する計画である。

### a) モバイル用WEBサイト運営の更新システム構築

平成19年度に実施したWEBサイト制作案件と同じように、更新しやすいシステム(デザイン, HTML, スケジュール, CMS ツールの採用など)をモバイル用WEBサイトで構築する。

### b) WEBサイト運営更新案件を授業に取り入れる

平成19年度に制作した「阿波ナビ」のルールを踏襲したキャンペーンページ制作を授業に取り入れる。このことにより、更新案件の仕組み、流れとともに、SEO<sup>3)</sup>対策やデザイン、テキスト作成のトーン&マナーの踏襲など、基本的なWEBサイト制作の演習を授業に取り込むことができる。

### c) WEBサイトの効果測定を授業に取り入れ、さらにその結果を受けた変更、修正などのブラッシュアップを授業に取り入れる

制作した観光情報サイト、またはキャンペーンページの効果がどのくらい数字として達成しているかを測定することで、その原因を探り、よりよ

い効果を得る為の対策を授業として取り組み、ブラッシュアップしていくことができる。

b), c) を繰り返すことで、よりWEBサイトを「機能するサイト」にブラッシュアップしていく。そして、このことで、大学や学生は実際に運営されているWEBサイトの情報を有効に使い、生きた教材を使って制作実習に取り組むことができる。また自治体は、サイトの運用を大学と協働で行うことで、運営のコストを抑え、観光事業への取り組みを強化することができる。

このように、「阿波ナビ魅力向上プロジェクト」という学官連携事業を通じ、現状の分析結果を踏まえた提案の実践とナレッジの蓄積という継続的な場づくりの基礎に学生が携わることによって、学官の両者がそれぞれにメリットを見出し続け得る構造を実現していくことになる。

## 註：

- 1) CMS とは Content Management System の略称。WEB サイトなどのコンテンツを DB で一元管理し、運用の最適化を図るためのツール
- 2) Google Page ランクとは検索サイト Google がランキングした WEB サイトの重要度を表す数値
- 3) SEO とは Search Engine Optimization の略称であり、検索エンジン最適化の意味

## 参考文献：

- 1) 生田昌弘／株式会社キノトロープ, 2005. Webブランディング成功の法則55, 初版, 東京：株式会社翔泳社
- 2) 生田昌弘／坂井とわ子／堀尾 保, 2003. WEBデザインワークフロー, 初版, 東京：ソフトバンククリエイティブ株式会社